Plaza Indonesia Mengarah ke E-commerce

Setelah dua tahun lebih mengoperasikan *webside*, PT Plaza Indonesia Realty kini mulai memikirkan program E-commerce, cara transaksi melalui internet.

Sejak tanggal 17 Maret 1997, sebetulnya Anda sudah dapat melakukan *window shopping* ke Plaza Indonesia dengan cepat, tanpa harus buang-buang waktu di jalan menembus kemacetan lalulintas. Berkunjung saja melalui internet dengan alamat *http://www.plazaindonesia.com.* Hanya saja, di sini Anda tidak akan menemui keramaian pengunjung, keramahan pramuniaga, dan keindahan barang-barang yang dipajang di setiap etalase.

Yang ada hanya display foto dan informasi bisu mengenai *company profile* dan *financial highlight*, nama-nama toko yang ada plus posisinya, *promotion event* bulanan, *gift voucher* Plaza Indonesia, dan *food beverage* Grand Hyatt Jakarta Hotel, serta informasi mengenai Regency Club.

Menurut Iskandar Himawan, *General Affairs Manager* PT Plaza Indonesia Realty Tbk (PT PIR), *website* yang ia kelola ini, desainnya dikerjasamakan oleh PT Intermedia Grahapersada. Sementara *provider*-nya menggunakan CBN net.

Ada tiga menu utama yang disajikan dalam *Webside* yang menggunakan bahasa Indonesia dan Inggris ini. Yaitu, Profil Perusahaan, Pusat Perbelanjaan, dan Grand Hyatt Jakarta Hotel.

Pada menu profil perusahaan, *netter* akan disajikan informasi umum mengenai susunan direksi dan komisaris, ihktisar data keuangan perusahaan tahun 1998, sambutan direksi, serta ruang saran dan pendapat dari para *netter*.

Sedangkan di menu Pusat Perbelanjaan, para *netter* akan dapat dengan mudah mencari lokasi dan nomor telepon gerai-gerai yang ingin dikunjungi. Karena dalam menu ini dilengkapi pula fasilitas *searching* dan data base Nama Gerai. Jadi hanya dengan meng-*input* nama Gerai yang tidak harus ditulis lengkap, *website* ini sudah dapat menampilkan daftar nama gerai, lokasi gerai, lengkap dengan nomor teleponnya.



Plaza Indonesia : Perlu keseriusan

MDS

Bukan itu saja, di menu Pusat Perbelanjaan, para *netter* juga akan memperoleh data luas seluruh lantai yang disewakan, jumlah gerai yang ada, jadwal acara dalam sebulan, dan informasi gerai-gerai baru. Di sini, PT PIR juga menyediakan formulir permohonan bagi orang yang ingin menyewa lantai di Plaza Indonesia.

Menu utama yang terakhir ialah Grand Hyatt Jakarta Hotel. Pada menu ini hampir tidak ada hal yang menarik, hanya menyajikan informasi yang bersifat promosi. Antara lain, informasi menu makanan dan minuman yang tersedia di hotel, serta informasi tentang Ragency Club.

Secara umum, *website* Plaza Indonesia sudah dikelola dengan baik. Ini dapat terlihat dari informasi jadwal acara yang disajikan, tidak ada satu pun yang kedaluwarsa. Jadwal acara-acaranya selalu diperbarui. Wajar jika *website* ini setiap tahunnya menghabiskan biaya sekitar Rp20 juta.

Menurut Iskandar, dalam waktu dekat *website* ini akan ditambah satu menu lagi. Yakni dengan memasukkan majalah Elegance, satu majalah intern yang diterbitkan oleh PT PIR. Bahkan tidak tertutup kemungkinan akan ditambah fasiltas-fasilitas interaktif lainnya. "Pada akhirnya kami memang akan mengarah kepada *E-commerce*," katanya. Karena itu dibutuhkan keseriusan, baik dalam hal pengelolaannya, dalam melibatkan toko-toko yang ada, dan dalam menjalin kerjasama dengan pihak bank untuk membantu proses transaksinya. Dengan demikian, *homepage* Plaza Indonesia kelak dapat membantu para penyewa untuk meningkatkan kinerja usahannya ■ ***Yadi***